

## ABSTRAK

Dalam kondisi Perekonomian yang kurang menguntungkan dan Persaingan yang sangat ketat hendaknya di perlukan efisiensi yang ketat di berbagai bidang, sebab jika Perusahaan tidak respon dengan hal-hal tersebut maka Perusahaan itu akan bangkrut, terjadinya kebangkrutan di sebabkan karena sulitnya hasil produksi Perusahaan yang tidak dapat dijual karena daya beli masyarakat yang rendah, adanya inflasi kapasitas produk meningkat dan tidak mengenal produk tersebut/tidak terjangkau lokasinya yang ada di pasaran.

Untuk menjaga agar Perusahaan itu bisa survive, Perusahaan perlu memperketat efisiensi dalam manajemennya, yaitu menggunakan beberapa macam model promosi agar masyarakat dapat mengenal merk, produk, harganya, Perusahaan juga hendaknya membuat kebijaksanaan untuk menekan harga serendah-rendahnya agar daya beli konsumen terjangkau dan produk hasil Perusahaan tersebut bisa lebih bersaing. Disamping itu perusahaan perlu mempertimbangkan strategi pasar agar masyarakat/konsumen terjangkau. Perusahaan ini bergerak di dalam bidang jasa yang membuat kertas sampul agar kertas tersebut tahan lama, tidak mudah kotor, dan kelihatan indah.

Perusahaan itu adalah PT. Super Indah Langgeng bertempat di jalan Kedung Cowek No. 211 Surabaya yang sekarang ini sedang berkembang penjualan laminating kertas, promosi yang dijalankan oleh perusahaan ini adalah 3 item yaitu : Biaya Advertising, Biaya Personal Selling, dan Biaya Sales Promotion. dengan alat-alat yang canggih Perusahaan itu melayani laminating Dokumen, Hard Cover, Foto.

Sedangkan perhitungan untuk 3 item tersebut mulai tahun 1998 - 2000 (4 triwulan) menunjukkan uji F ada pengaruh secara nyata antara variabel bebas dengan variabel terikat terbukti dengan nilai F hitung (9,5027) > F tabel (4,07) dan koefisien ( $R^2$ ) adalah 78,09%, sedangkan biaya Advertising (X1), biaya personal selling (X2), dan Sales Promotion (X3) serta variabel terikat volume penjualan (Y) sisanya sebesar 21,91% adalah galat, R multipelnya 0,8837 menunjukkan hubungan variabel bebas secara keseluruhan dengan variabel terikat adalah sangat kuat, t hitung berpengaruh variabel (X1) advertising nilai t hitung 2,5696 > t tabel 2,3060, variabel personal selling (X2) berpengaruh terhadap volume penjualan nilai t hitung 3,7528 > t tabel 2,3060 dan variabel sales promotion (X3) berpengaruh terhadap volume penjualan dengan nilai t hitung 2,7987 > t tabel 2,3060. Sehingga biaya personal selling yang dominan dalam volume penjualan di PT. Super Indah Langgeng di Surabaya.